

Entrevista Kathia Castilho

Predicados dos mais variados rondam o nome de Kathia Castilho. Gentileza, inteligência, doçura, podem ser alguns dos adjetivos que a espreitam. Mas pioneira é um dos mais representa aquela que ajudou a consolidar a pesquisa acadêmica sobre Moda no Brasil. Socióloga por formação, especialista em Design de Moda pela Academia Koefia de Roma e mestre e doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP, Kathia é também uma das fundadoras da Estação das Letras e Cores e presidente da Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda (ABEPEM).

Nem a aridez que rondava a produção de conhecimento sobre Moda, a dificuldade dos primórdios da Internet em território nacional ou as agruras do mercado editorial foram capazes de entravar as ideias ou nublar a execução de tantos projetos inovadores coordenados pela também autora. No país que mais tem faculdades de Moda, Kathia é leitura obrigatória de dez entre dez alunos. E, obviamente, aposta na educação: “precisamos conhecer nossa realidade, nossos interesses, descobrir nossa vocação e apostar, construir pontes e dar sustentação econômica e política e a educação é crucial nisso tudo”.

Em uma conversa com a Achiote, ela conta mais sobre uma carreira de desbravamentos e uma área em construção.

Você é pioneira das publicações acadêmicas sobre moda no Brasil. Conte-nos um pouco da sua trajetória (dores e delícias) e do surgimento da ideia da Estação das Letras e Cores.

Olha, acho que hoje fica fácil falar das coisas quando já passaram e se encaminharam de modo a fazerem sentido... Coisas que o amadurecimento e a idade proporcionam. Hoje dá pra olhar pra trás e ver que existia sim um desejo e motivação no mover e fazer publicações na área que consolidassem um pouco nosso processo de estudos.

Acho que o primeiro contato com a questão de publicação veio com o site Moda Brasil, um projeto incrível que ainda hoje tem muita coisa dele on-line, pois fomos um dos primeiros parceiros de conteúdo do UOL. Ainda dá para acessar a última atualização do site, que foi em 2006, e acho que dá pra ter uma ideia do tamanho que atingimos em informação e construção de equipes de trabalho em praticamente dez anos de trabalho. Sim! Iniciamos o Moda Brasil em 1996. A pré história da internet no Brasil (<http://www2.uol.com.br/modabrasil/>)

O mundo digital me encantou e a possibilidade de acesso da mesma forma. A Instituição de Ensino que eu trabalhava investia muito nesse segmento na época. Tínhamos uma diretoria específica, Diretoria de Desenvolvimento Tecnológico (DDT), dirigido pela Carmem Maia, para trabalhar projetos específicos na área. Assim, abrimos cursos à distância em moda e acabamos formatando uma pós graduação em Moda e Comunicação, com três possibilidades de formação: Moda e Comunicação em Design, em Negócios e em Cultura. Fazíamos de modo personalizado cada um dos ambientes de aprendizagem para cada uma das 15 disciplinas do curso. Não existiam ainda ambientes programados de livre acesso. Eu propunha e acompanhava a montagem de cada uma das disciplinas. Pensávamos na forma da edição do texto, das imagens, das formas de apresentação, de interatividade... um aprendizado incrível para mim e acredito que e para muitos dos professores desses cursos. Quando a universidade decidiu formar junto à outras instituições de ensino a UVB (Universidade Virtual Brasileira) e a formatação que dávamos para nossas disciplinas e cursos tornou-se utópica e muito cara para o processo de EAD que vinha se estruturando no país. Aí surgiu a proposta de reeditarmos os conteúdos de algumas das disciplinas para livros que seriam então publicados pela Editora da Anhembi Morumbi. Mais um exercício de edição e nasceu a coleção Moda e Comunicação, coordenada por mim e com oito títulos lançados. Me apaixonei por este fazer editorial. É delicioso lidar com a pesquisa, com diferentes acessos a fontes, com as conversas com os autores... A Editora da Anhembi Morumbi decidiu parar de editar e posteriormente fechou e eu me

encontrava totalmente contaminada pela ideia, pelos contatos, pelo desejo de estruturar com nossas pesquisas a área de estudo em formação no Brasil.

Assim nasceu a Estação das Letras e Cores: no desejo de dar continuidade ao que já fazia, de encontrar espaço para continuar a dar visibilidade para pesquisas que tratam a moda como objeto de estudo, de leitura social, como forma de ver, perceber e construir o mundo.

Não sou empresária, viver as questões da editora como empresa, devo confessar, me faz sofrer bastante. Me sinto ainda muito perdida, as dificuldades de investimento são enormes e o retorno financeiro é inexistente. Mas me orgulho muito do que fazemos e agradeço diariamente e imensamente aos autores que embarcam nessa aventura de publicação comigo. Acho que cumprimos nosso papel, nossa missão de ampliar a possibilidade de reflexão por meio de pesquisas de nossos professores, de nossos pesquisadores que dialogam com a nossa realidade. Isso é fantástico!

Nos últimos anos, graças a um grupo de pesquisadores no qual você está incluída, houve um crescimento muito grande das pesquisas acadêmicas na área de moda. A que você atribui este fenômeno e de que forma o avalia?

Acho que é um conjunto de coisas e de forças. O MEC exige titulação mínima de formação para que se dê aulas, portanto, quem deseja estar em sala de aula precisa, necessariamente, investir na sua formação e isso faz com que apareçam novas pesquisas, em diferentes áreas de formação. Eu dizia já há alguns anos que estávamos preparando no Brasil uma revolução na moda. Em nenhum país do mundo, que eu saiba existem tantas instituições, que ensinam moda. Existe um desejo de aproximação do campo, de investigação da área e uma obrigatoriedade que nem sempre é efetivamente cumprida, pelos planos de aula e de formação em educação superior.

Quando pensei em fazer mestrado tive que aguardar a chegada de uma professora que retornava em 1994 da França e que poderia entender e me acompanhar no Programa de Comunicação e Semiótica da PUC/São Paulo no desejo de investigar temas relacionados à Moda. Minha orientadora tornou-se parceira e amiga, continuamos sempre em trabalhos muito próximos e com uma linha de reflexão e diálogos. Devo muito à força e parceria desta mulher incrível, Ana Claudia Mei Alves de Oliveira.

Ainda temos MUITO a trilhar, muitos programas ainda não aceitam pesquisas relacionadas à Moda e a formação de mestres e doutores ainda é pequena frente à quantidade de cursos que se espalham em nosso país. Se para avaliação dos cursos temos problemas de ausência de mestres e doutores em cursos no eixo Rio – São Paulo, o que dizer nos Estados mais distantes...

A que você atribui o interesse crescente dos alunos de Moda pela vida acadêmica?

(Risos) Talvez a um equívoco! Não acho propriamente que os alunos se interessem ainda pela vida acadêmica de Moda. Se interessam por um universo de valores midiáticos que faz crer que moda é glamour, passarela e conceitos artísticos.

Acho que ainda estamos também procurando exatamente o que entendemos por esta formação em Moda no Brasil. Precisamos conhecer nossa realidade, nossos interesses, descobrir nossa vocação e apostar, construir pontes e dar sustentação econômica e política e a educação é crucial nisso tudo. Eu acredito que moda é um modo de ver, entender, construir e organizar valores do mundo. Se assim fosse, caberia sim uma vida muito mais acadêmica, reflexiva e geradora de articulação entre pessoas, instituições e fazeres.

Explique-nos, por favor, como funciona a ABEPEM. Como surgiu e quais benefícios a associação proporciona? Qual o seu papel como presidente?

A Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda (ABEPEM) surgiu para tentar dar conta do crescimento do Colóquio de Moda e de outros eventos e parcerias que organizamos ou apoiamos, todas sempre com viés de estudos na área de moda ou que se relacione a ela. O Colóquio de Moda, que está em seu 9º ano, e conta com a participação anual de mais de 1000 pesquisadores acontece cada ano em um estado brasileiro (www.coloquiomoda.com.br)

O Fórum das Escolas de Moda, em sua 7ª edição, acontece na mesma data do Colóquio propondo a aproximação de IES que possuem cursos na área. O SIEP Consumo (está na 3ª edição) tem parceria de outros centros e estudos e de vários grupos e instituições que pesquisam o consumo em variadas relações sociais. (www.siepconsumo.com.br). O CIMODE (Congresso Internacional na área de Moda e Design) está na sua 2ª edição, é bienal, é realizado fora do Brasil e tem o português como uma das línguas oficialmente aceita para a apresentação e discussão de pesquisas científicas. E o SIEP Figurino que também está na sua segunda edição e discute a formação e profissionalização da área no Brasil. Cada um desses eventos possui coordenação de professores pertencentes ao grupo de fundação do Colóquio ou de organização de Gts no mesmo.

Meu papel, hoje, é de organizar as falas, me envolver em cada um dos eventos para que todos tenham uma certa coerência com nossa proposta de proporcionar ocasiões de trocas, de reflexão, de conhecimento, de parcerias. Adoro pensar em eventos. É um prazer inenarrável ver tanta gente da área reunida nas ocasiões de encontro. Vale cada minuto do meu tempo, do meu trabalho e acho que deve ser o mesmo para cada um da organização, da ABEPEM ou das coordenações de cada um dos eventos. É muito trabalho, envolve muita gente, nada de dinheiro, muita responsabilidade e uma satisfação realmente imensa.

A ABEPEM é aberta a associados e hoje o que podemos oferecer é um valor de inscrição mais baixo em cada um dos eventos que estruturamos. Temos muitos planos para o futuro e é claro, estão todos convidados a associarem-se à ABEPEM. Será um prazer crescermos e termos uma representatividade maior.

O Colóquio de Moda, além de ter ficado enorme no Brasil, tornou-se internacional. Como foi a primeira edição em Portugal? Os estudos feitos no Brasil são bem recebidos?

Invadimos Portugal. Éramos a maioria. Muitos brasileiros. Em nenhum outro lugar existem tantos pesquisadores ativos como no Brasil. Está é uma realidade. Economicamente também estamos atravessando um bom momento e, portanto, as conexões foram tantas. Hoje, quando na América Latina falam de estudos na moda, o Brasil é a grande referência. Internacionalmente esse reconhecimento é cada vez maior. Nosso livros estão circulando lá fora, vários professores brasileiros fazem parte de conselhos científicos internacionais, vários frequentam eventos internacionais apresentando suas pesquisas há muito tempo. Isso obviamente se amplia com o CIMODE (Congresso Internacional de Moda e Design). Tivemos várias propostas para sediarem o II Congresso e está é a possibilidade efetiva de continuidade.

Pra nós brasileiros este espaço, sem dúvida alguma, significa muito, muito. O que fazemos, o que pesquisamos tem particularidades, é cheio de vitalidade, tem cientificidade. Posso dizer que não só somos bem recebidos como muitas vezes essenciais como grupo na formação de conselhos científicos com titulação adequada. Cada vez mais se estuda português (em várias áreas do conhecimento). Só boa notícia, não é?

Qual conselho você daria para os estudantes de graduação leitores da Achioté?

A iniciativa da revista é maravilhosa. Espero que ela ganhe proporções maiores a cada edição, que vocês possam participar da construção de cada edição.

Diria que a graduação é possivelmente um primeiro momento de inserção na formação profissional que temos em nossa vida. Tenha calma. Tenha curiosidade, Sinta-se motivado. Nossa área tem muito a ser construído. Tudo a fazer, a questionar, a estruturar... um mundo de possibilidades.

Fica também meu convite... não deixe de ir ao Colóquio de Moda, tá? Tem muita gente querendo conhecer seu trabalho por lá e você vai adorar saber o que e como se faz moda em tantos outros lugares do Brasil.